消費者教育に関する研究会（第３回）議事要旨

１．日　時：平成 14 年 11 月７日（木）午後 6 時 00 分～8 時 00 分

２．場　所：内閣府庁舎 5 階　527 号室

３．出席者

（委　員）滝沢委員長、阿部委員、岡崎委員、加藤委員、鈴木委員、林委員、茂木委員、横山委員

（オブザーバー）　渡部文部科学省生涯学習政策局調整官、稲葉文部科学省初等中等教育局教育課程課係長

（内閣府）金子消費者企画課長補佐、高橋消費者企画課長補佐、村口消費者企画課員　遠藤消費者企画課員

（事務局）柿野副主任研究員（消費者教育支援センター）

計 15 人

４．議題

１）学校における消費者教育の現状と課題（阿部委員、鈴木委員による報告）

２）消費者教育の手法と学習機会について（フリーディスカッション）

３）報告書目次案について

５．概　要

１）学校における消費者教育の現状と課題（阿部委員、鈴木委員）

阿部委員、鈴木委員より、高等学校における消費者教育について報告があった後、大要以下の議論がなされた。

【阿部委員報告の主なポイント】

- 新学習指導要領では、高等学校家庭科「消費生活と環境」で消費者教育的な内容が集中するようになり、家庭科は男女ともに消費者教育を必修で履修する重要な学習機会。
- 消費者教育支援センターに集められた実践事例や他の家庭科教育雑誌をみると、悪質商法やクレジットだけでなく、衣食住、福祉など幅広い視点から消費者教育が実践されている。
- アンケートの結果によれば、家庭科への高校生の反応は、「生きていく上で最も役立つ」「生涯にわたって勉強したいこと」「親と一緒に話をする教科」など重要性を認めている。
- 内閣府のアンケートの結果によれば、「消費者の権利と責務」が最も反応が悪いテーマとして挙がっている。生活実感が少ない生徒には、自らの消費生活が「消費者」としての意識に結びつかず、まして「責務」を感じることは少ない。この点を改善する

ための教材開発や教員研修等が必要である。

【鈴木委員報告の主なポイント】

- 学習指導要領はほぼ 10 年単位で改訂されており、平成元年版の現行の要領では製造物責任法や消費者契約法は入っていないので、内閣府主催の消費者教育専門家派遣制度で教員研修の講師として出向いた際にはとりあげることにしている。参加者のほとんどが家庭科教員で公民科の参加が少ない。
- 製造物責任では取扱説明書を分析したり、中古自転車を実際に分解したり、目薬の差し方の指導をした。消費者の権利や責任などの原理原則をそのまま教えるのではなく、生活に即した問題解決学習をしていくなかで最終的に原理原則を教えていくことが重要である。今の消費者教育で大切なのは指導法を改善することである。
- 教科書だけでは、現実の問題に対応できないなど教えることに限界がある。
- 生徒自身の学習離れの問題も深刻である。
- 高等学校家庭科の教員に実施した独自のアンケートでは「家庭基礎」２単位の実施が多く、家庭科に内容が集中したと言っても、消費者教育の内容がどの程度実施されるか十分にわからないところがある。
- 現代社会や政治・経済の教科書を見ても、消費者教育に関係する内容はきわめて少ない。東京書籍「地理 A」という教科書に「多様化する消費生活」（２ページ）があるので、公民科だけでなく地歴科の方にも働きかけをする必要があると感じている。

【主な意見】

- 教科によって消費者教育の実施内容を分ける基準はあるのか？
- 公民科の平成元年の学習指導要領には「消費者保護と契約」という項目があったが、新しい学習指導要領では、高等学校家庭科に消費者教育的な内容が移動した。
- 公民科と家庭科でだぶった内容が見られたので、学校週５日制の導入で授業時間が縮減された家庭科に移動したのではないか。
- 公民科の中にも「現代社会の諸問題」として選択的に学習する項目があり、その事例として「消費者問題と消費者保護」とういテーマはあるが、学習されない可能性も高いと思う。
- 教科によるアプローチの違いというのもあるのではないか？
- 公民科はマクロ的、家庭科はミクロ的なアプローチという違いはある。しかし公民科は、マクロの視点からだけだと自分の問題として捉えられないので、解説書には「身近な視点で」と書かれている。各教科で重複して教えても良いのではないか。
- 現代社会は４単位から２単位になったので、具体的に様々なテーマを扱うのは難しい。
- ２単位の場合、学校行事が入るので 55 時間程度である。
- 受験が高等学校の教育を動かしているところがある。○○教育という名のつくものは多いが、教育基本法に出てくるのは第８条の政治教育のみであるのに学校では政治・経済をあわせて２単位しか教えていない。あとは第９条に宗教に関する寛容な態度を育てる（宗教教育）という記述がある程度である。

- 学習指導要領に消費生活という項目がなければ消費者教育ができないという訳ではない。環境でも情報でも、消費者の視点というのは入れられれると思う。
- 消費者の視点を入れられるかどうかは、教師の力量、問題意識にかかわると思う。
- 力量の問題だけではない。社会科は地歴と公民の二教科に分かれている。地歴科の方は日本史 AB、世界史 AB、地理 AB を２単位か４単位で実施できるが、公民科は中学校でも時間数が減り、高校でも２単位しかなく、時間的な制約が大きい。受験のための社会科になってしまっている。
- 特に進学校では、家庭科「家庭基礎」の２単位しか学習しない、公民科でも学習しないというケースが多くなると思われ、時間的制約の下で、いかに効率的に教えるかが課題。学校の中で消費者教育を十分に学習しない生徒も増えると予想される。
- 情報教育や総合的な学習の時間でも実施できる。
- 今回の議論で、消費者教育が実現できる教科が狭まっている、その教科の中でも授業時間数が減少しているという現実がはっきりした。学校における消費者教育の重要性がこれだけ高まっているのに、枠組みとして十分ではない。この研究会で意思表示が出来るものか？
- 報告書の提案に盛り込んでいきたい。

２）消費者教育の手法と学習機会について（フリーディスカッション）

事務局より、資料１～９に基づき、検討事項について説明した後、大要以下の議論がなされた。

【主なポイント】

○手法の再検討

- 教材資料は、消費者教育支援センターをはじめ各団体から様々な種類が出されているが、内閣府が実施した教員アンケートによると、情報不足という指摘がある。教材資料がうまく行き届いていないのではないか。また、現状の資料作成状況を踏まえたとき、今後重点的に作成すべき内容はないか（資料１～３）。
- その一方で、消費者教育の普及推進にとってより重要なのは、指導法を普及させることである。そのための教員研修の機会は、内閣府や消費者教育支援センターをはじめ、様々な所で行われているが、現状として十分ではないという指摘も多い（資料４～６）。
- また、教員の研修機会の不足に加え、教員免許状に消費者教育が入っていない為、教員養成の段階で十分に消費者教育が教えられていないのも問題である（資料７）。

○学習機会の充実

- 一般消費者にとって、消費生活センターが企画する講座だけでは十分ではない（資料９）。その対応策として、出前講座として届ける講座が多く見られる（資料８）。学習機会の充実のためには、家庭での学習を促進するような教材資料（参考として、文部科学省が作成した「家庭教育手帳」を配布）を各家庭に配布するのも一案ではないか。

【主な意見】

- 家庭教育手帳は後半部分に相談窓口等の連絡先が掲載されており、各県によって内容が異なっている。配布については、検診の時に保健所で配る等、確実に各家庭に渡るように工夫をした。また、家庭教育の講座で教材としても使用している。
- この冊子が出来た時、家庭教育に国が介入することに反対して消費者団体は連絡先リストから外れたという経緯がある。消費者問題についてはこの中に盛り込まれていない。
- 家庭教育を支援するというスタンスのものである。家庭教育に対する情報提供をしなければならない、その状態にまできている、ということでの支援策である。
- 教材は消費者教育支援センターや東京都の消費生活センターなど様々な場所で作られている。しかし、現場では教材がないという。この原因をしっかり考えなければならない。教材の中身も重要であるが、それと同時に提供するチャンネルをしっかり作らなければ、同じことの繰り返しになる。
- 問題はコスト。教材を作り全国に配布するだけの資金がある団体は、全国的に展開をしている。教員は送られてきた教材を使って消費者教育を行っているが、教員が沢山ある教材の中から一番よいものを選択して授業を行うことが大切。そのための仕組みを作らなければならない。この研究会で提言をしていきたい。
- 消費者教育支援センターが表彰している企業の教材資料は、企業に電話をかけるとすぐ送ってもらえる。優れた資料が多く、重宝している。しかし、学校に一方的に大量に送りつけられてくる資料の中には、そのまま利用できないものもあり、営業目的のものとならないよう作成段階で消費者を加えることが必要ではないか。
- 教師によっては、送られてくる資料を取捨選択できないのではないか？多様な教材が先生方の目に触れるようにして、そこから選択できるようにしなければならない。
- 企業等が作成する資料は、優れたものも多いが、情報が十分でないものも多い。学校教員などを作成者に入れるなどの工夫が欲しい。
- 学校現場には、悪質商法の種類やクーリングオフの仕方といった情報は結構来ている。しかし、遺伝子組み替えなどの最新情報が十分ではない。内閣府で作成した消費者契約法のパンフレットも、現場の先生方はご存じではない。
- 学校の先生や生徒達がよく調べに来られ、食品などの個別の問題については、職員が個人的に対応している。団体として対応したいが、人手が足りず対応しきれないのが現状。
- 最新の情報を印刷物に求めるのは無理。インターネットで情報を発信するのが有効ではないか。
- 東京都消費生活総合センターでは、印刷物を pdf ファイルにして web 上で公開し、無料で利用できるようになっている。
- インターネットの情報提供の場合、維持するために費用がかかる。
- 金融広報中央委員会では、どのような情報提供を行っているのか？

- 中央と都道府県の金融広報中央委員会、都道府県や教育委員会を通じて資料を配布している。教材の提供ルートが不十分という認識に立ち、ホームページによる情報提供も行っている。関連機関の教材資料を整理したサイトを作成し、リンクが張られている。内容を拡充する作業を行っている。
- 消費者教育支援センターは設立の趣旨として、リソースセンターとして期待されていた。現場の先生方にどの程度認知されているのか？
- ほとんどの先生方は知っている。しかし、教員現場は作業量が増えてしまい、情報にアクセスする時間がない。一番助かるのは、ワークシートがそのまま使えるものである。
- 情報提供を行う色々なチャンネルがある。各機関から学校に大量の資料が送られてくるのでは、学校としても困るのではないか？あるいは、情報収集をする時間がない先生方は本当に良いものかどうかという吟味不十分でその資料を使おうとするだろう。資料を送る時は、教育委員会を通すなど徹底して欲しい。信用できる資料の一覧を作成するなど消費者教育支援センターにはとりまとめの役割を期待する。
- 資料を一冊送っても先生のもとに届くとは限らないが、インターネットであれば、先生方が自由にアクセスできる。多くの教材から選択できる。資料を作成して全国に配布するより、インターネットの方がコストは安い。消費者教育支援センターの教材資料をホームページ上に載せて、多くの先生方に見てもらえるような環境にしてはどうか？
- 支援センターは独立採算で、資料は全て有料である。資料を無料でホームページ上に載せることができない状況にある。
- いい教材を行き渡らせることを実現することが大切であり、この点は内閣府・文部科学省の消費者教育支援センターに対する考え方を改めて欲しい。話しの順番が逆である。
- 関連団体でもよい教材資料を出したり、講師派遣をしたりしている。このような情報をどのように提供するかが問題。
- 手法があると言っても、なかなか普及しない。研修が重要である。
- あまり一律的に手法を押しつけるようなことは望ましくない。色々な手法があることを研修等を通じて知ってもらうことが大切ではないか。
- 講義形式では活きた知識を伝えることはできないが、ロールプレイが普及しないのは授業時間数が少なく時間が足りないこともその一因である。

３）目次案について

- 次回以降、各委員にご発表をいただく。
- 提言は、最終的な議論を踏まえてまとめる。

以上